

AÑO 25 / NÚMERO 103 / MAYO - JUNIO 2022

CONTACT FORUM

GLOBAL
CX
FORUM *fest*
26° CONGRESO MÉXICO

¡Gran reencuentro! en el
Global CX Forum Fest 2022



**PREMIO
NACIONAL CX**

Emotivo festejo en la entrega del
**Premio Nacional *Customer* y
*Employee Experience***

 **IMT**

CONTACT
FORUM 

Editado por:

 **IMT**



SOLUCIONES CX-2023

Lo más avanzado en **tecnología y servicios** con el **toque humano** que requiere la industria

Consúltalo y descárgalo en tus dispositivos móviles: **www.imt.com.mx**

Lourdes Adame
l.adame@imt.com.mx

Susana Delgado
s.delgado@imt.com.mx

55-5340-2290 ext. 3030

Whats IMT 55-7211-7446

 /imtcontactforum

 Instituto Mexicano de Telervicios (IMT)

 @imt_

 IMTContactForum

 imt_cx

EDITORIAL



Eugenia García Aguirre
Directora General



Lourdes Adame Goddard
Directora Editorial

Con una enorme emoción logramos, en este mes de mayo, llevar a cabo el 26° Global CX Forum Fest y la 17ª edición del Premio Nacional CX & EX en forma híbrida. Fue el reencuentro esperado de los colegas y amigos de la industria, en donde celebramos el privilegio de estar vivos, presentes y juntos, reconectando y aprendiendo cómo diseñar y administrar las experiencias del cliente.

Cabe destacar que, a raíz de la pandemia y la nueva normalidad, nuestro sector es uno de los que más ha acelerado su crecimiento y se ha transformado; lo que nos posiciona como una industria ganadora, fuerte, creativa, que a pesar de todos los retos que se presentaron, tuvo la capacidad de reinventarse y vencer las adversidades en temas de talento, sanidad, trabajo híbrido, incorporación de tecnologías, seguridad de la información y regulación, entre otros.

Asimismo, hemos vivido una gran cantidad de retos como individuos, organizaciones y hemos roto paradigmas a nivel personal; por lo que en esta nueva edición del Premio se incluye, por primera vez, el Premio Nacional de “Employee Experience”, que es la conclusión de estos dos años en los que nos hemos sensibilizado respecto a la presencia y la importancia del ser humano en todos los procesos.

En esta edición de la revista ContactForum damos una amplia reseña de todo lo que sucedió en el 26° Global ContactForum Fest y el Premio Nacional de CX & EX 2022, que fue, ante todo, la invitación a reconectar con nosotros mismos, a reconocernos, a revalorar la posibilidad de estrechar una mano, de vernos a los ojos de manera presencial e incluso a darnos un abrazo.

DIRECCIÓN GENERAL DIRECCIÓN EDITORIAL	Ma. Eugenia García Aguirre Lourdes Adame Goddard
EDITORIA	Martha Isabel Schwebel
DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN	Susana Hidalgo
CORRECCIÓN DE ESTILO	Karla Ávila
COLABORADORES	Antonio Calvo César Cárdenas Elia Santillán
PUBLICIDAD Y VENTAS	Susana Delgado Dulce Morales

SUSCRIPCIONES Y SERVICIO A CLIENTES

(55) 5340 2290

Editada por el: Instituto Mexicano de Teleservicios

ContactForum revista, publicación periódica Mayo - Junio 2022.
Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900-102, fecha de expedición 14 agosto 2019. Domicilio de la Publicación: Mercaderes No. 20 - 201, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México. Imprenta: Prerensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Delegación Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Delegación Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.



revistacforum@imt.com.mx

1

TENDENCIAS

- 6 IA y analítica avanzada en tiempo real, clave para el éxito en el metaverso.
- 8 El liderazgo de las mujeres: ¿alcanzable en la industria de la Experiencia al Cliente?
- 10 Transformando el gobierno para la era digital.
- 14 ¿Puede un *chatbot* saber qué emociones genera tu marca?

2

TECNOLOGÍA

- 16 IA Conversacional: cómo hacer más eficiente la gestión de clientes en solo unas semanas.
- 18 Mitos y realidades del 5G.
- 20 Experiencia del cliente, la clave del crecimiento.

3

GLOBAL CX FORUM FEST

GLOBAL
CX
FORUM *fest*
26º CONGRESO MÉXICO

- 22 ¡Gran reencuentro! en el Global CX Forum Fest 2022.
- 26 Talleres.
- 30 Desayunos *Networking*.
- 31 Reseña fotográfica.

4

PREMIO NACIONAL PREMIO NACIONAL CX



- 36 Emotivo festejo en la entrega del Premio Nacional *Customer y Employee Experience*.
- 37 Reconocimiento a la personalidad 2022.
- 38 Mejores Organizaciones.
- 57 Mejores Talentos.
- 61 *Employee Experience*.

5

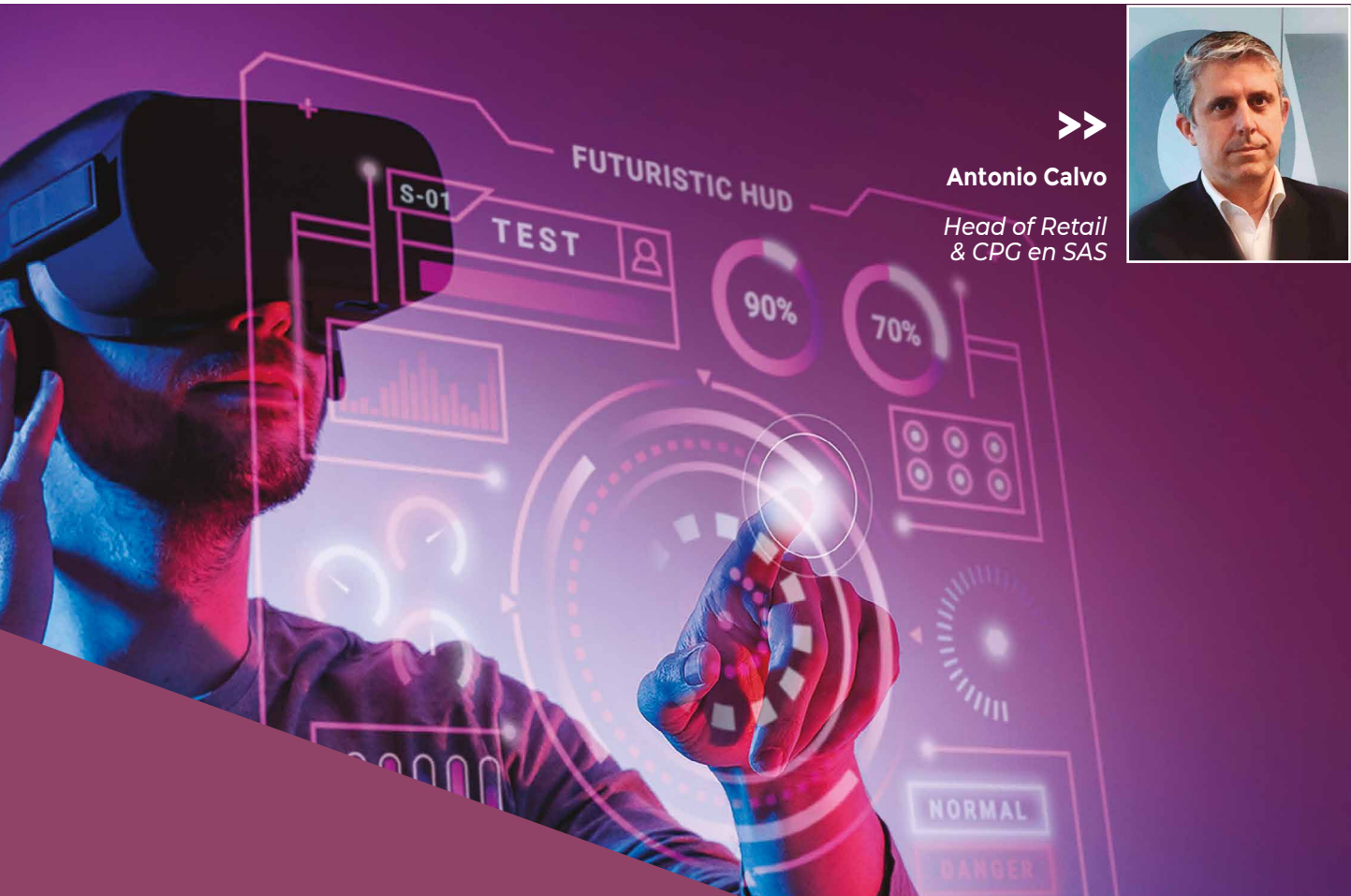
MODELO GLOBAL CIC



- 65 Reconoce el IMT a las empresas Certificadas en el MODELO GLOBAL CIC.



IA y analítica avanzada en tiempo real, clave para el éxito en el metaverso



Antonio Calvo

Head of Retail
& CPG en SAS



El metaverso ha llegado para revolucionar el mundo tal y como lo conocíamos hasta ahora. A través de este espacio virtual alternativo, las personas podremos trabajar, comprar, relacionarnos o emplear nuestro tiempo de ocio como queramos, sin prácticamente ninguna limitación. Las marcas convivirán con nosotros, enriqueciendo el entorno. La barrera entre lo físico y lo digital desaparecerá; diremos hola a lo *phygital*.

De acuerdo con *Gartner*, para 2026 el 25% de la población pasará al menos una hora al día en el metaverso para realizar alguna de las acciones antes nombradas, lo que llevará a la creación de nuevos modelos de negocio. Este nuevo canal de comunicación alcanzará un valor de 800 mil millones de dólares en 2024, según *Bloomberg Intelligence*.

Las marcas están empezando a ser conscientes de la importancia que tendrá, y que ya está teniendo, el metaverso a nivel socio-económico, y están actuando en consecuencia, incrementando su presencia en él. Para que tengan éxito al dar el salto a este entorno, se destaca la importancia del uso de IA y analítica avanzada en tiempo real para interactuar con los clientes es fundamental.

Los consumidores demandan marcas que estén cerca, que cubran sus necesidades e, incluso, que se anticipen a ellas. Los *retailers*, por su parte, deben encontrar nuevas fórmulas para dar respuesta a esa demanda de una forma innovadora, o se quedarán atrás en la pugna por el liderazgo del sector.

Analítica avanzada en tiempo real, la clave del éxito

La tecnología más avanzada es lo que ha posibilitado el origen y auge del metaverso. Hablamos de inteligencia artificial (IA), *big data*, *machine learning*, etc. De hecho, la madurez de las tecnologías de realidad virtual y realidad aumentada son clave para la construcción de este mundo virtual, pero también porque abrirán la puerta a nuevas oportunidades económicas que redefinirán el *engagement* con las marcas, el descubrimiento de nuevos productos y las conversaciones *online*.

Para que cualquier estrategia y modelo de negocio funcionen en el metaverso, la captura y análisis de los datos en tiempo real a través de soluciones de IA y *analytics* será fundamental. En este entorno, las acciones, compras y decisiones se dan al momento; las organizaciones necesitan de tecnología que sea capaz de actuar al mismo ritmo que lo hacen los consumidores para que los negocios tengan la información necesaria disponible.

Por ejemplo, si un cliente entra en un supermercado virtual a comprar leche, es necesario que el comercio reciba la notificación al instante para incluirlo en su carrito de la compra, pero también para controlar el inventario que tiene disponible.

Si una empresa no es capaz de responder en tiempo real, el consumidor se irá a la competencia. En el mundo digital esto puede ser prácticamente instantáneo, y es un riesgo que no se puede correr. Con la analítica avanzada, las organizaciones tienen a su mejor aliado para tener éxito en este nuevo canal.

Una estrategia Omnicanal y experiencias personalizadas

Gracias al metaverso y a su faceta *phygital*, las marcas pueden ofrecer experiencias inmersivas y multisensoriales a los consumidores, dando pie a vivencias únicas que hasta ahora no habían sido posibles.

Si las estrategias omnicanal ya debían ser protagonistas, con el metaverso es aún más importante: debe quedar totalmente integrado con el resto de los canales, y que la estrategia sea coherente y cohesiva.

Para que lo *phygital* funcione, la omnicanalidad es fundamental. Solo a través de este tipo de estrategias se podrá colocar al cliente en el centro de todo, manteniendo una interacción continua con él, tanto en el mundo virtual como en el físico.

Además, la unión entre omnicanalidad y tecnología es lo que permitirá ofrecer experiencias personalizadas a los usuarios. Cada interacción realizada dentro del metaverso será única, y las marcas necesitan tener la capacidad de reacción suficiente como para ofrecer a los clientes lo que necesitan en el momento en que lo reclaman.



Construimos relaciones para transformar la experiencia con el cliente

Conoce nuestra alianza con **Five9**, líder en Estados Unidos en software de centros de contacto en la nube.



+Fácil de usar,
+Completa y
mejor soporte



+Integraciones
de forma más
simple a diferentes
canales



+Productividad
por **menos costo**
con inteligencia
artificial y
automatización



+Flexibilidad
a tus
necesidades



+Acceso a un
ecosistema amplio
de aliados con
mayor seguridad

**Llegó el momento
de subirte a la nube con**



**Más información: ventas@directo.com
+52 55 5201 4550**

El liderazgo de las mujeres: ¿alcanzable en la industria de la Experiencia al Cliente?



Elia Santillán

Directora regional
Atento México

A nivel global, encontramos datos alentadores de este avance, en donde la participación femenina en posiciones directivas ha pasado de 20% en 2011 a un 32% en 2022, de acuerdo con el más reciente reporte de *Grant Thornton*¹, a simple vista parecería un proceso lento, pero lo importante es que va en aumento.

En un caso más local, la industria de la Experiencia al Cliente (CX) en México representa una posibilidad para continuar con el objetivo de reducir la brecha entre hombres y mujeres en ámbitos profesionales. Al respecto, existen cifras positivas como el hecho de que 52% son puestos ocupados por mujeres vs un 48% de hombres² en posiciones iniciales de agentes en un sector que se cubren más de 700 mil empleos.

El liderazgo femenino está tomando fuerza cada día más, esto se debe a que la sociedad en sí misma está exigiendo mayores derechos y oportunidades para alcanzar una equidad de género en todos los ámbitos. Esto debería ser un orgullo debido a que es resultado de los esfuerzos de generaciones anteriores.

¹ *Women in Business 2022*, Grant Thornton p.4

² Estudio Nacional de Centros de Contacto BPMS 2021 (*Business Process Management Services*) realizado por el Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), p. 29

En el caso puntual de Atento, tenemos cifras muy alineadas a la tendencia, ya que nuestra plantilla está conformada por 50.5% mujeres y 49.5% hombres. Esto nos habla de la paridad que estamos alcanzado resultado de la estrategia formal de la empresa por lograr una mayor equidad de género.

El reto se vuelve mayor a medida que analizamos las posiciones en un nivel jerárquico hacia arriba, la diferencia se va haciendo más grande. No obstante, pese a lo desafiante que puede ser un escenario desequilibrado, el sector del CX ofrece posibilidades para las mujeres, debido a que está convirtiéndose en una industria que impulsa a que cada vez más mujeres ocupen puestos de liderazgo.

Por ejemplo, las oportunidades de especialización suelen ser las mismas para todos, normalmente los *Contact Centers* ofrecen capacitaciones y evaluaciones para escalar de manera igualitaria, por lo que poco a poco se puede romper con este patrón, solo es cuestión de proponérselo como objetivo personal y profesional.

Por otro lado, la tecnología está abriendo posibilidades para las mujeres muy interesantes, la opción del trabajo remoto de alguna manera está permitiendo mayor flexibilidad a aquellas mujeres que sean madres solteras o el sustento de su hogar.

Asimismo, a nivel educativo, la industria del CX es una posibilidad para aquellas personas que se encuentran aún estudiando, que tienen una carrera terminada o trunca, significa una opción tanto para hombres como para mujeres con diferente nivel de educación.

Para que exista una disminución de la brecha, se requiere que como líderes impulsemos iniciativas que conlleven una transformación completa de las organizaciones y para ello, se necesita que en todos los niveles se permee; además debe fomentarse el compromiso de las colaboradoras por innovar y tener la meta de crecer a nivel profesional para moldear las organizaciones del futuro.

En un entorno volátil, complejo, ambiguo, es clave un liderazgo que apueste por la transformación constante, y al mismo tiempo impulse la capacidad de adaptación y resiliencia.

Las nuevas líderes deberán esforzarse para crear entornos flexibles e inclusivos, donde las personas puedan encontrar su propósito y crecimiento profesional, el sector del CX ofrece amplias posibilidades.



CAPACITACIÓN OIMT

Para que una empresa sea productiva, crezca y genere buenos beneficios debe contar con un personal altamente calificado.

Te ayudamos con una metodología de aprendizaje más efectiva y rentable.

Si ya te capacitaste, diseñamos el reforzamiento en cápsulas de contenido con potentes piezas visuales que capturan el ojo y la mente de tu personal.

MICROLEARNING

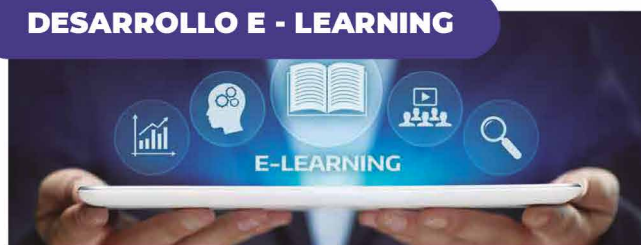


MOTION GRAPHICS



Construimos y adaptamos el desarrollo a tu LMS alineado a las necesidades de tu organización con tecnologías altamente interactivas y ágiles.

DESARROLLO E - LEARNING



Conoce todos los beneficios y solicita tu propuesta.

✉ capacitacion@imt.com.mx

☎ Tel. +52 (55) 5340-2290 Ext. 6010 / 6020 / 6000

📞 WhatsApp. 55 6677 0356



Transformando el gobierno para la era digital

>> Martha Isabel Schwebel



La transformación digital, también conocida como la era digital, es la era de los cambios rápidos y profundos procedentes del ámbito digital. Tiene un gran impacto en casi todas las industrias. El mundo se ha transformado y solamente se ha acelerado en velocidad y alcance. Y por buenas razones. La era digital ha modificado la cara de los negocios, la sociedad y el mundo en general. Ha dado a la gente acceso a la tecnología de la información y la comunicación de una manera que nunca había sido posible. Ha permitido que las personas se conecten entre sí con mayor libertad y facilidad que antes. Y ha dado lugar a un sinnúmero de nuevas innovaciones en casi todos los ámbitos de la vida.

La revolución digital también ha tenido un efecto profundo y duradero en el sector público. Ha hecho posible que los ciudadanos y las partes interesadas tengan un mayor acceso a los servicios gubernamentales. Esto ha tenido un efecto positivo en la transparencia y la responsabilidad del gobierno.

La transformación digital se refiere al proceso que siguen los gobiernos para adoptar las tecnologías y cambiar su forma de operar. Los gobiernos han estado experimentando esta transforma-



Manuel Torres, Director de Arquitectura de Soluciones de Avaya Latinoamérica.

ción desde hace tiempo. Sin embargo, apenas están empezando a ver los frutos de su trabajo.

Con el fin de compartir tendencias y oportunidades tecnológicas sobre servicios de emergencia en América Latina y gracias a la creciente necesidad de brindar experiencias totales y personalizadas a los ciudadanos, Avaya realizó en la Ciudad de México, de manera presencial, la edición 2022 del Foro sobre Seguridad Pública y Atención Ciudadana, dirigido a tomadores de decisiones de organizaciones gubernamentales de la Región. El evento contó con la participación de miembros gubernamentales de Latinoamérica cuyo interés es mejorar el servicio a los ciudadanos.

La forma en la que nos comunicamos evoluciona constantemente y estos cambios impactan también en la manera en la que las administraciones públicas interactúan con sus ciudadanos. Pero para algunos, este futuro puede ser inquietante. Las administraciones públicas ahora pueden tener acceso a más herramientas y recursos que nunca para conocer las necesidades de los ciudadanos y de los empleados.

En la actualidad es necesario habilitar a los ciudadanos con mejores soluciones para proteger su integridad, brindarles una mejor experiencia, mantener el orden público y contar con las herramientas adecuadas de atención ciudadana para auxiliar a la población en casos de emergencia o atender sus solicitudes.

Manuel Torres, director de Arquitectura de Soluciones de Avaya Latinoamérica, aseguró que la vertical de Seguridad Pública es muy importante para Avaya porque al final no están ayudando a vender, lo que hacen es brindar satisfacción a los ciudadanos y salvando vidas.

En este sentido, indicó que 8 de cada 10 llamadas que se realizan al 911 pasan por la tecnología de Avaya. *“Y las llamadas que más se reciben de emergencia son la de violencia doméstica y, de ahí el compromiso de Avaya, de ofrecer todos estos avances tecnológicos, ya que nuestras soluciones están diseñadas para que las administraciones sigan el ritmo a la era digital y utilicen todos los canales digitales disponibles para salvar vidas”,* precisó.

Y añadió que 90% de las llamadas, que se realizan a los Centros de Emergencia, proceden a través de dispositivos móviles. Entonces el reto para las instituciones públicas es cómo usar este canal de comunicación para implementar aplicaciones específicas de emergencia y generar experiencias únicas para los ciudadanos.

Hoy en día, los ciudadanos quieren y esperan una experiencia personalizada, rápida y fiable desde el primer momento en que interactúan con una empresa.



CALLFASST

CONTACT CENTER



**MÁS DE 20 AÑOS
SIENDO EL CONTACTO
CON LOS CLIENTES
DE NUESTROS CLIENTES**

ATENCIÓN A CLIENTES

SOPORTE TÉCNICO

TELEMARKETING

COBRANZA

www.callfasst.com
info@callfasst.com

De acuerdo con la información de Frost & Sullivan, Manuel Torres explicó que las cinco prioridades de inversión en el Sector Público son:

- 1 | **La digitalización de servicios estatales**, tales como el pago en línea de impuestos y servicios públicos, principalmente.
- 2 | **Atención con un enfoque de género**, como el maltrato intrafamiliar, en el que las principales víctimas son mujeres.
- 3 | **Omnicanalidad y geolocalización en las líneas de emergencia**, donde la mayoría de las llamadas que se reciben son realizadas desde dispositivos móviles. Ayuda a identificar la localización exacta a la que tienen que acudir los equipos de emergencias cuando los ciudadanos lo necesitan.
- 4 | **Seguridad cibernética**, para proteger las infraestructuras de voz y datos con seguridad multicapa. Asegura las comunicaciones con cortafuegos y funcionalidades para prevenir y detectar intrusiones. Simplifica y habilita redes seguras que ofrezcan voz, video, mensajería instantánea y colaboración.
- 5 | **Seguridad Pública como Servicio (SPaaS)**, en respuesta a los nuevos espacios de trabajo híbridos para la atención al ciudadano en emergencias desde cualquier lugar y también para proteger las inversiones ya existentes de las organizaciones.

La SPaaS es la prestación de servicios públicos en línea, en dispositivos móviles y a través de la respuesta de voz interactiva. Esto permite a los ciudadanos acceder a estos servicios e interactuar con ellos sin tener que desplazarse a un organismo o sitio.

Este cambio del modelo tradicional de atender a los ciudadanos en un punto físico a hacerlo a distancia ya está en marcha y se acelerará en los próximos años. La SPaaS tiene el potencial de mejorar la prestación de servicios, aumentar la participación de los ciudadanos y ahorrar dinero a los gobiernos. Sin embargo, requiere que los organismos adopten nuevos procesos, habilidades y tecnologías para prestar servicios públicos en línea.

Tendencias en el uso de la Inteligencia Artificial (IA) en Sector Público

El Sector Público lleva mucho tiempo siendo pionero en el uso de la tecnología digital para mejorar sus procesos y operaciones empresariales. La IA es una extensión natural de esta transformación digital, ya que se centra en la automatización de procesos y tareas que antes se realizaban manualmente. Desde el empleo de *chatbots* para automatizar las operaciones y agilizar las solicitudes hasta el uso del reconocimiento facial para verificar la identidad y aumentar la seguridad.

El sector público está empezando a ver el nivel de impacto que la IA puede tener en la vida diaria de los ciudadanos: mejorar el servicio, ahorrar tiempo y reducir los costos. La IA sólo seguirá creciendo.



Manuel Torres enfatizó que las cuatro grandes tendencias son:

- 1 | Incorporación de la IA conversacional en varias áreas de aplicación en el sector público.
- 2 | Sistemas informáticos perimetrales basados en IA para impulsar mejores y más rápidos procesos de toma de decisiones.
- 3 | Aparición del modelo de IA como Servicio en el sector gubernamental.
- 4 | Desarrollo de estructuras de datos abiertas y construcción de capacidades de IA en esas bases de datos.

La adopción de la IA ayudará a los organismos públicos a mejorar sus servicios y a desempeñar sus funciones con mayor eficacia.

Generación de experiencias memorables en el Sector Público

Las organizaciones gubernamentales buscan estrategias probadas para reducir los costos y la complejidad de las operaciones, mejorar el rendimiento de la empresa y permitir entornos de trabajo más flexibles, seguros y productivos.

Necesitan capacidades de comunicación que soporten una fuerza de trabajo móvil con datos de confianza y sistemas seguros.

Manuel Torres destacó que la visión de Avaya para el gobierno y otras organizaciones del sector público se basa en la inminente necesidad de entregar experiencias totales y personalizadas a los ciudadanos, lo que logran con el portafolio de soluciones de Avaya *OneCloud* que, además, satisface las estrictas normas de seguridad y cumplimiento que exige este sector.

Recientemente, Avaya *OneCloud* recibió el Premio al Liderazgo en Estrategia Competitiva 2022 de *Frost & Sullivan* en el mercado de comunicaciones, colaboración y soluciones de experiencia del cliente para la industria gubernamental de América del Norte, donde hoy, cuenta con una de las mayores bases instaladas de comunicaciones unificadas (UC) dentro del gobierno federal de los Estados Unidos y en todo el mercado del sector público, ayudando a las agencias en su migración a soluciones en la nube más flexibles, escalables, confiables y seguras.

Un futuro automatizado

La tecnología, la automatización y la transformación digital siguen remodelando la prestación de los servicios públicos. Estas tendencias están impulsando a los gobiernos a buscar formas de aprovechar la tecnología para impulsar la productividad, la colaboración y el rendimiento.

La automatización tiene el potencial de transformar completamente el sector público y redefinir la naturaleza del trabajo. También podría tener un impacto significativo en la mano de obra, a medida que la IA se vuelva más frecuente. Es probable que esta tendencia continúe a medida que los gobiernos se esfuerzan por ser más eficientes, pero existen riesgos asociados a una transformación drástica de la mano de obra del sector público. El reto consistirá en equilibrar los beneficios de la IA y la robótica, al tiempo que se protegen los derechos e intereses de los trabajadores.

La visión de Avaya para el gobierno y otras organizaciones del sector público se basa en el reconocimiento de la creciente importancia de la economía de la experiencia y la aspiración de permitir una experiencia totalmente personalizada, con todas las funciones y sin esfuerzo. 



Soluciones de Video

Las increíbles experiencias en video de Poly te brindan confianza, flexibilidad y ventaja para dirigir la conversación.



DESARROLLA EL TRABAJO EN EQUIPO

Ya sea soluciones para salas de conferencia o soluciones de video personales, Poly tiene una respuesta para cada una de tus necesidades.



Poly Studio P5



Poly Studio P15



Poly Studio USB

Has una cita con nosotros para que conozcas la línea de video de Poly en nuestro Showroom



LATINTEL
de México

Monterrey (81) 8375-9223

Cd. de México (55) 4333-0692

Guadalajara (33) 8526-1047

¿Puede un *chatbot* saber qué emociones genera tu marca?



César Cárdenas

CEO de Artificial Nerds

Los asistentes virtuales toman un papel más relevante en el ecosistema digital. Esta tendencia ha crecido en los últimos años y continuará en el futuro, motivada por la transformación digital.

En este escenario, los *chatbots* y *voicebots* se han convertido en verdaderos pilares de la atención al cliente, además de jugar un papel crucial en seguimiento y ventas, *marketing* y conocimiento del cliente por medio de la recopilación y procesamiento de información individual de los usuarios de productos y servicios.

Los *chatbots* y *voicebots* van más allá de recibir y atender quejas. También funcionan como acompañantes y guías para un cliente en su *customer journey*. Estas herramientas funcionan como procesador de los patrones e historiales de consumo de usuarios, lo que permite a una empresa poder ofrecerles tanto experiencias como servicios completamente personalizados.

Además, los *chatbots* y *voicebots* pueden servir para conocer qué emociones genera una marca o empresa. Mediante máquinas de entrenamiento y tecnología de *machine learning*, la inteligencia arti-



ficial detrás de un *bot* conversacional puede aprender a reconocer inflexiones de sentimientos en el tono de un usuario, tanto en texto como por reconocimiento de voz.

La aplicación de este tipo de tecnología a los departamentos de atención al cliente, experiencia de usuario, *marketing* y ventas de una empresa sirve para identificar clientes molestos o inconformes y, con base en esta información, generar respuestas adecuadas. Todo esto con el objetivo de mejorar los índices de satisfacción del usuario y buscar que se convierta en un cliente recurrente.

Empatía y conexión: mejora continua de la experiencia del usuario

Según registros de *WhatsApp*, esta plataforma concentra el 37% de conversiones de ventas en el sector financiero, superando el uso de SMS, *telemarketing*, *call centers*, páginas web y aplicaciones móviles. En buena medida esto se debe a estrategias de uso de *chatbots* y su capacidad para procesar, catalogar y analizar información personal de usuarios potenciales para ofrecerles servicios personalizados.



Los *chatbots* programados para el reconocimiento de emociones y sentimientos pasan por procesos largos de *machine training* y *machine learning* que les permite analizar las formas en que un cliente se muestra en relación con una marca o empresa. La idea es que pueda identificar disparadores emocionales clave en los usuarios, ya que esos sentimientos son los que guían buena parte de la toma de decisiones de un cliente. De esta manera el *chatbot* ofrece respuestas acertadas y consigue información de valor.

De acuerdo con datos de *FinServ*, un uso estratégico de *chatbots* puede traducirse en un costo de adquisición de clientes cinco veces menor al de estrategias convencionales. En este contexto, el uso de asistentes virtuales con capacidades de identificación de emociones y sentimientos ofrece un nivel de empatía y conexión sin precedentes entre clientes y empresa.

Identificar las emociones de los usuarios permite que las empresas puedan:

- Conocer al cliente para crear productos y servicios le aporten valor, resuelvan sus problemas y se adapten a sus necesidades.
- Ofrecer un servicio de atención al cliente responsivo y adaptativo, en oposición a los que son estáticos y predeterminados.
- Conocer cuándo es necesario que el *chatbot* transfiera al cliente a una persona para continuar con el caso.
- Mejorar la calidad del servicio al cliente sin importar picos de saturación de solicitudes. 



Bots y agentes conversando con sus clientes en una única plataforma.



Atención
conversacional

slgateway.com

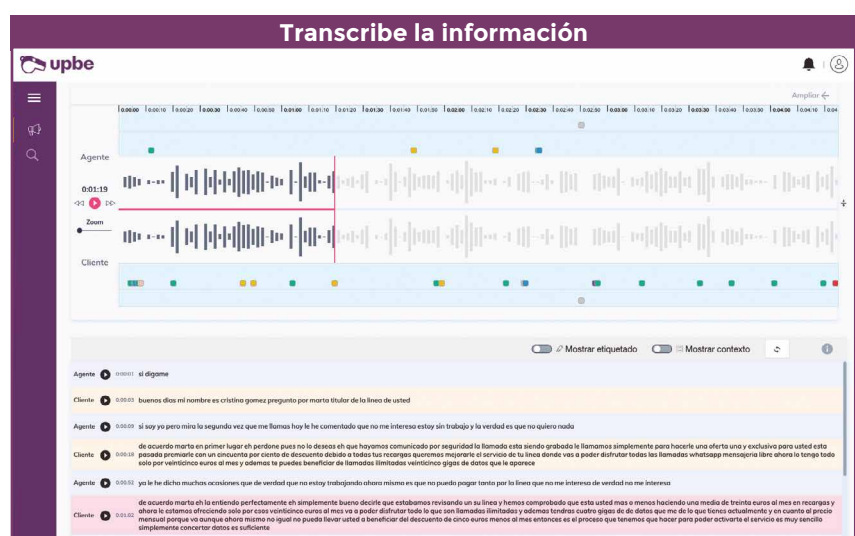
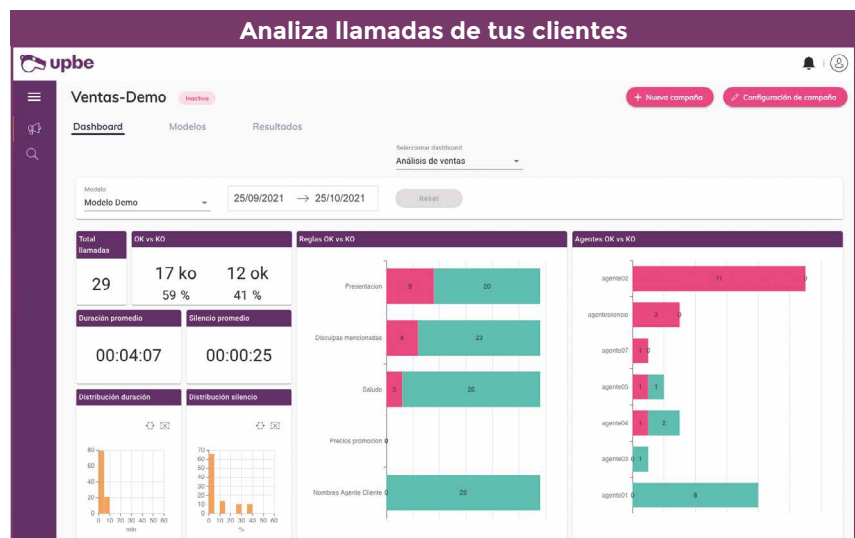
IA Conversacional: cómo hacer más eficiente la gestión de clientes en solo unas semanas

¿Cuántos clientes son el 12% del total de tus clientes?
¿Qué importancia le darías a una tecnología que te permite atender a más clientes con los mismos recursos? Es más, ¿crees que es posible conseguir esta mejora en tan solo un mes o dos de trabajo?



Desde Upbe sí es posible. Son muchos clientes. Tantos como para que tus niveles de satisfacción y otros indicadores con los que tienes contento al cliente suban de forma considerable. Y lo sabemos porque es posible en nuestro día a día. La IA Conversacional, que de algún modo es la evolución lógica del *Speech Analytics*, te ayuda a transformar esa gestión de la Experiencia de Cliente.

Aunque los ejemplos de uso van mucho más allá (automatización de procesos, gestión o auditoría de proveedores de *Call Center*), es en estos casos de incremento de satisfacción de clientes en los que se alcanza su máximo valor; porque atendemos mejor y más rápido, ponemos en contexto los problemas y necesidades reales de nuestros clientes y conseguimos entenderlos de forma personalizada.



Optimizar la operación y atender más clientes gracias a la IA

Entonces, ¿cómo es posible atender a un 12% más de clientes sin incrementar recursos? Es posible gracias al muestreo del 100% de las llamadas que recibes, desempolvando esa muestra que queda olvidada en las grabaciones que no llegas a analizar. Es entonces cuando puedes tener la granularidad necesaria para tomar decisiones de impacto adecuadas.

Por ejemplo, en un servicio concreto de una compañía del sector al conseguir optimizar el Tiempo Medio de Operación (TMO) reduciéndolo de más de 5 minutos a 4. En solo un mes y gracias al potencial de la tecnología, que te da la visibilidad de qué palancas activar para tener mejoras rápidas y con esa reducción de minutos, podrás atender a más clientes con más contexto y más capacidad.

¿Qué conseguimos entender, activar y mejorar en tan solo unas semanas con la IA Conversacional?

- ▶ Reducir los retrasos en contestar las llamadas.
- ▶ Reducir los silencios excesivos entendiendo por qué suceden.
- ▶ Disminuir de forma drástica las llamadas más largas, identificando de qué tipo eran y cómo conseguir bajar ese TMO concreto.

No olvidemos el impacto que esto tiene en la reducción de la curva de aprendizaje de tus colaboradores al conocer donde puedes orientarles y entrenarles de forma mucho más enfocada y efectiva. Esas tasas de rotación en las incorporaciones siempre acababan siendo muy costosas.



Reducir los porcentajes de re-llamadas para incrementar la satisfacción

La IA Conversacional no solo aborda con éxito en poco tiempo casos de optimización del TMO. También es el caso de las re-llamadas. Todos somos conscientes de las implicaciones de tener muchos clientes llamando más de una vez por una misma consulta. No resolver una duda o incidencia en una llamada es una barrera para el incremento de satisfacción.

Con la IA Conversacional, y pensando solo en actuar sobre llamadas que se cortan, es posible identificar motivos y plantear mejoras en pocas semanas. Y, con eso, conseguir incrementar el FCR (*First Contact Resolution*) en casi un 4% ubicándolo por encima del 90% en el servicio concreto de una compañía de seguros.

¿El resultado? Reducir las re-llamadas en más de un 20%, generando un incremento de satisfacción en ese motivo de llamadas. Y, la clave de todo, es hacerlo con una actuación rápida, en apenas unas semanas, porque la IA permite analizar cantidades masivas de datos, con más contexto. Y tomar decisiones de mayor impacto.

Lógicamente, estos son solo 2 ejemplos del potencial de la IA Conversacional. Que se traduce en más enfoques y tipos de mejora. Y no solo a corto plazo, porque te permite también tener un control de tus proveedores de *Call Center* más detallado o incrementar la conversión de venta telefónica reduciendo malas prácticas de venta, e incluso fidelizando a los clientes al generar una experiencia satisfactoria en la postventa. Las posibilidades son muchas. Y están al alcance de todos los responsables en gestión de clientes que quieren mejorar la vida a sus clientes.

Mitos y realidades del 5G

>> Lourdes Adame Goddard



Julio Orlandi, director general de Logicalis México y Puerto Rico.

La tecnología 5G marca un inicio a la nueva era de movilidad, y al ser tan novedosa existen estigmas sobre sus características y promesas. Los mitos y realidades del 5G son los aspectos clave que podrían cambiar nuestra forma de conectarnos a Internet, por ello, la importancia de clarificar los mitos y realidades alrededor de esta tecnología.

A finales de 2025, el 5G representará más de una quinta parte del total de las conexiones móviles, y dos de cada cinco personas en todo el mundo vivirán al alcance de esta red, según el informe de la GSMA.

Hace unos años, las redes 4G superaron los problemas de conectividad y velocidad de generaciones anteriores (2G, 3G), facilitando las capacidades de comunicación entre personas. En este camino, la

tecnología 5G llega a brindar oportunidades de negocio que antes no eran visibles. De acuerdo con Cisco Systems, este nuevo método se ejecuta por medio de un *software*, llevando la conectividad al siguiente nivel al ofrecer experiencias enlazadas con la nube.

Julio Orlandi, director general de Logicalis México y Puerto Rico, considera que 5G tiene varios obstáculos de frente a los que se deben enfrentar los usuarios y las compañías como son: la escasez global de *chips* o el costo elevado de los dispositivos IoT (Internet de la cosas por sus siglas en inglés). Pero también llegará a revolucionar las tecnologías haciéndolas más eficientes y rápidas, fomentando la conectividad de los usuarios.

De esta manera, para 2025 se espera que 5G logre alcanzar cobertura total, lo que posiciona esta tecnología como un dinamizador económico, capaz de crear nuevos puestos de trabajo.

Mitos sobre el 5G

- **El 5G daña la salud:** según la Comisión Internacional de Protección de Radiación no Ionizante (IC-NIRP), una organización independiente y reconocida por la Organización Mundial de la Salud: *“el nivel máximo de radiofrecuencia al que alguien podría estar expuesto por el 5G (o cualquier otra señal en áreas comunitarias generales) es tan pequeño que no se ha observado ningún aumento de temperatura hasta la fecha”*.
- **Compatibilidad de los móviles:** actualmente existen más de 40 teléfonos compatibles con la tecnología 5G en el mercado mexicano, aunque los costos son mayores a la media del costo regular de los dispositivos móviles.
- **El 4G ha muerto:** la transición tecnológica de redes más antiguas no será tan acelerada. Se estima que esta transformación sea evolutiva, lo que significa que seguirán vigentes las redes como el 4G, con el fin de aceptar la variedad de protocolos de señalización de la interconectividad.

Realidades del 5G:

- **5G mejorará la comunicación:** se multiplicarán las decenas de antenas con las que contarán los equipos instalados, es decir que se posibilitará el servicio a un número muy alto de dispositivos. Esto será de gran ayuda en lugares con aglomeraciones para obtener una mejor señal.
- **Mayor rendimiento y velocidad de red:** esta característica brinda un gran aporte en diferentes sectores como, por ejemplo, el de la salud, donde el 5G implementa el monitoreo en tiempo real de los pacientes a través de dispositivos conectados. Por otro lado, en la industria automotriz, el 5G ofrece información sobre el tráfico y accidentes.
- **Los cambios serán para las empresas:** para los consumidores comunes es un cambio, pero significa una variación mayor para las empresas, ya que es la oportunidad de avanzar digitalmente en diferentes sectores como el de la salud, telecomunicaciones, agroalimentario, manufacturero, turístico o automovilístico.

“La expectativa con la llegada del 5G es ampliar las posibilidades con la entrada de nuevas empresas en la oferta de servicios de conectividad. La tecnología también debe aportar numerosos beneficios al segmento corporativo, permitiendo nuevas aplicaciones” concluyó Orlandi. 



Centro de interacciones/BPO y KPO comprometido con los objetivos estratégicos de nuestros socios de negocio, a través de la atención personalizada, operando con soluciones innovadoras y propuestas de valor sustentadas en el análisis de información derivado del servicio ofrecido en instalaciones de nivel mundial.



www.konexo.mx



Soluciones

Nuestras soluciones de contacto están enfocadas a la satisfacción total de nuestros socios comerciales realizando experiencias memorables en cada contacto con sus clientes finales.

- Inbound
- Outbound
- IVR
- Redes Sociales
- WhatsApp
- Videokioscos
- Biométrico
- Click2call
- Click2video
- Reconocimiento de Voz
- Speech analytics



Servicios

- Atención y soporte a clientes
- Fidelización y Retención
- Soporte técnico
- Atención a clientes de alto valor
- Encuestas de servicio
- Planes de lealtad
- Telemarketing
- Cobranza

Nuestras Certificaciones



Llámanos sin costo al:
55 3225 8060

Av. Las Cañadas No. 140,
Fraccionamiento Tres Marías,
C.P. 58254, Morelia Michoacán

Experiencia del cliente, la clave del crecimiento



El 86% de los compradores finales están dispuestos a pagar más por una excelente experiencia del cliente. (PWC, 2018)

En los últimos años el concepto experiencia del cliente, ha tomado una fuerza absoluta cuando se trata de crear planes y estrategias alineados con los objetivos corporativos de cualquier organización. Aunque esto no se trata de una tarea sencilla, considerando la situación económica actual (estimación de crecimiento económico de apenas 3.4 según datos de la Secretaría de Hacienda), una buena estrategia basada en la mezcla de recursos tecnológicos y talento humano son un parteaguas para que los centros de *Contact Center* crezcan.

Colocar a los clientes finales en el centro de una estrategia con acciones de calidad, fluidas y sin esfuerzo, es lo que llamamos la verdadera experiencia omnicanal, otro de los términos que han sonado con mayor insistencia los últimos años. Si bien, la experiencia del cliente y la omnicanalidad son factores decisivos y ya conocidos por la mayoría de las industrias, también es cierto que se requiere de un equipo de trabajo con experiencia, capaz de llevar a cabo un plan bien definido y estructurado. Y es en ese sentido donde en CTSolutions continuamos día con día creando planes estratégicos y enfocando cada uno de nuestros esfuerzos para colocar al cliente final en el centro como



pilar principal, con el único objetivo de beneficiar a nuestros socios de negocio y sus indicadores, sin olvidar las expectativas del cliente final. Este enfoque, que hemos comprendido bastante bien a lo largo del tiempo y la evolución de los consumidores, nos ha permitido brindar una ventaja competitiva inigualable, que se ha traducido en un crecimiento acelerado. Crecimiento que hoy celebramos a través de la creación de equipos multidisciplinarios para nuestras oficinas centrales en Ciudad de México y la apertura de un nuevo *site* de operaciones en la Ciudad de Aguascalientes, México, el pasado 8 de abril de 2022.

Nuestro compromiso con la experiencia del cliente es tal, que en las nuevas oficinas CTSolutions, estimamos tener un desarrollo exponencial de campañas con socios de negocio actuales y un crecimiento del 85% en la plantilla operativa, brindando un espacio ad-hoc y una estabilidad para llevar a cabo

campañas de alta complejidad omnicanal, tales como: campañas telefónicas *inbound* y *outbound*, ventas por medio de *marketing* digital, prospección masiva y atención al cliente vía *chat*, *social media*, *mailing*, etc.

En CTSolutions estamos felices de abrir las puertas a nuevos sueños con oficinas en la ciudad de Aguascalientes, que, serán un impulso al crecimiento económico y a la creación de empleos para más de 200 ejecutivos telefónicos de la zona, y dando pie a la apertura de nuevos mercados para: banca, *retail*, telecomunicaciones y más. Sin duda, estrategias bien estructuradas que colocan al cliente final en el centro de las mismas, son la clave de un crecimiento acelerado y contundente para cualquier organización, sin olvidar la importancia del talento humano. Por esto y más decimos que somos: CTSolutions, Soluciones Inteligentes para el éxito de tu negocio.



Damos un nuevo sentido a la experiencia de tus clientes.

 **Contact Center**

 Oficinas en:
Ciudad de México y Aguascalientes

 55 9201 2473

 ctsolutionsmx.com

 hola@ctsolutionsmx.com



**GLOBAL
CX**
FORUM *fest*
26º CONGRESO MÉXICO

¡Gran reencuentro!

en el Global CX Forum Fest 2022

Con la participación de más de 1,700 personas de 12 países, el pasado 2 y 3 de mayo se realizó, en la modalidad de Festival, el congreso más importante de la industria de Contact Center y Customer Experience, el Global CX Forum Fest en su vigésima sexta edición híbrida.

Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT), agradeció a todos los patrocinadores y auspiciadores que se sumaron a esta iniciativa; a los conferencistas que sin duda, nos dejaron herramientas e información de valor y por supuesto, a los participantes, quienes año tras año hacen posible este encuentro.

“En esta ocasión, celebramos el privilegio de estar vivos, presentes y juntos, aprendiendo y liderando las industrias que diseñan y administran las experiencias del cliente”, afirmó García Aguirre.

Fue la invitación a reconectar con nosotros mismos, con nuestras emociones, los sentidos y también, la oportunidad de reencontrarnos con el ecosistema, nuestros colegas, clientes, proveedores y amigos. Revalorar la posibilidad de estrechar una mano, de vernos a los ojos de manera presencial o incluso darnos un abrazo.

“Es importante destacar que a raíz de la pandemia y la nueva normalidad, nuestro sector es uno de los que más ha acelerado su crecimiento y se ha transformado”, aseguró García Aguirre. Por ejemplo, explicó que en temas de movilidad, hubo un incremento de 60% de BPS (Business Process Services), brindando servicio a otros países. Debido a que se han traspasado las barreras geográficas, se incrementó en 30% la contratación de personal que reside en un país diferente del que presta sus servicios.



Jorge Salgado, Webex Cisco; Andrés Acevedo, Mindful; Fernando Ruíz Galindo, Avaya México; Ma. Eugenia García Aguirre, IMT; Enrique Yamuni Robles, CANIETI; Alejandro Martínez, Verint; Marisol Rumayor, Disruptive Labs y Juan Felipe Ángel, Wolkvox.



Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del IMT.

El sector experimentó mayor profesionalización y especialización, así como un crecimiento del 1.5% para personas certificadas con respecto al 2019. *“Nos da mucho gusto que las empresas, además de preocuparse por ofrecer una experiencia al usuario, también impulsa la tendencia hacia una mejor experiencia para los empleados”,* precisó García Aguirre. También mencionó que la nueva normalidad aceleró el desarrollo del comercio electrónico hasta en un 50%.

En Latinoamérica, hubo un aumento del sector de entre 6% y 14%, pero lo interesante es que incrementó sin haber hecho una mayor inversión en cuanto a capacidad instalada, gracias al crecimiento del teletrabajo.

26 conferencias a cargo de especialistas nacionales e internacionales.

5 talleres especializados sobre metodologías y herramientas innovadoras.

18 horas de transmisión en vivo a través de la plataforma virtual Vfairs.

La importancia de la industria de los *Contact Centers* en el país es relevante en cuestión de empleos, ya que significa la generación de 750 mil empleos directos: 65% *Inhouse* y 35% BPS. Además, hay 145 mil empleados en México atendiendo empresas extranjeras en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Respecto a los canales de atención más importantes, tenemos que prácticamente el 100% de las áreas de servicio a clientes cuenta con llamadas, el 88% con un *e-mail*, 85% con un *chat* en línea. Por su parte, la plataforma más relevante para atender a clientes es vía *WhatsApp*, con 83%. Los mensajes de texto aún tienen mucho valor en el sector con un 80% de uso. Le siguen Facebook, Instagram y Twitter.

Uno de los cambios más positivos para la industria, son los esfuerzos en materia de transformación digital, así como la incorporación e integración de tecnologías en favor de la omnicanalidad. El aumento de canales digitales ha ayudado a tener una mayor cobertura y atención a diferentes sectores de la población, incluso de acuerdo a la generación que pertenecen. Y una prueba de la relevancia de la transformación digital, es que 3 de cada 4 empresas han migrado sus servicios a la nube.

“En tanto al perfil del talento de la industria, tenemos un aumento del 4% en el porcentaje de hombres trabajando en el nivel de agentes, con respecto al 2020. Es decir, ahora la proporción es: 52% mujeres, 48% hombres”, enfatizó García Aguirre. Y añadió: *“lo que nos da mucho gusto es que el porcentaje de mujeres ocupando puestos directivos, aumentó en 6%, pasando del 22% del 2020 al 28%”.*

Durante la inauguración estuvieron presentes: Ma. Eugenia García Aguirre, Directora General del IMT; Enrique Yamuni Robles, Presidente Nacional de CANIETI; Fernando Ruíz Galindo, Director General de Avaya México; Marisol Rumayor, CEO y cofundadora de Disruptive Labs; Andrés Acevedo, *Channel Sales Director* de Mindful; Alejandro Martínez, *Channel Manager and Strategic Accounts* de Verint; Jorge Salgado, *Collaboration*



En Eficasia te ayudamos a potenciar los procesos de tu negocio sin importar el giro, somos una empresa líder en el sector de Centros de Contacto

Contamos con soluciones automáticas a la vanguardia, Inteligencia artificial y Workflow que se adaptan a las necesidades de tu negocio, maximizando tus servicios

- Chat Bot
- Reconocimiento por voz
- WhatsApp
- RPA (Robotic Process Automation)
- Workflow

www.eficasia.com • Tel. (55) 5322 0450
atencion@eficasiacentrodecontacto.mx

Business Development Manager LATAM de Webex Cisco y Juan Felipe Ángel, CEO de Wolkvox. En su discurso de apertura, Enrique Yamuni Robles, Presidente Nacional de CANIETI, reconoció la labor del Instituto Mexicano de Teleservicios, al impulsar el crecimiento de esta industria y que incluso antes del 2020, es decir, antes de la pandemia, ha tenido un desarrollo significativo. *“Bajo el panorama que vive México a nivel global, este sector debe seguir jugando un papel importante como un gran exportador de servicios, generador de empleos y con un alto sentido de responsabilidad social”*. Y añadió: *“hay que dimensionar correctamente su importancia, México es proveedor número uno en Latinoamérica, y cuarto lugar en relación a nivel mundial, después de India, Filipinas y China”*.

La convivencia durante las comidas, la visita a la expo y a los stands de creación de experiencias propiciaron el *networking*, incitaron al intercambio de ideas y el reencuentro con amigos y colegas.

Al finalizar las conferencias, Ma. Eugenia García agradeció la participación de los patrocinadores: Avaya, Cari.AI, Directo, Fonolo, Genesys, inConcert, IPCom, Mindful, Mitrol, Nice, PentaFon, SIGateway, Snowball, Teleperformance, Twilio, Upbe.ai, Verint, Vívoro, Vocalcom, Webex Cisco, Wolkvox, Yellow.ai y Zendesk, quienes en nuestra *Expo Tech*, mostraron las soluciones más innovadoras que ayudan a las empresas a brindar las mejores herramientas para la atención de sus clientes.



Enrique Yamuni Robles, Presidente Nacional de CANIETI

“Este 2022, para el IMT, es una ocasión muy especial y simbólica, regresar después de estos dos años fortalecidos, llenos de energía y espíritu para seguir sumando, aportando valor y sobre todo, diseñando el futuro a través del Customer Experience y las áreas de relacionamiento con clientes”, concluyó Ma. Eugenia García.

El cierre del Global CX Forum Fest 2022 estuvo a cargo de Throwback, un grupo musical que hizo cantar y bailar a todos los asistentes.

Nuestros patrocinadores:

PLATINO

AVAYA

Directo

GENESYS™

inConcert

mindful™

twilio

VERINT.

webex
by CISCO

wolkvox

zendesk

ORO

ipcom

snowball.mx

SI

upbe

VOCALCOM

PLATA

ALVARIA™

Cari AI

fonolo

mitrol
interaction technologies

NICE

PENTAFON
CONTACT CENTER

Teleperformance
each interaction matters

VIVARO.
TELECOM

yellow.ai

Crea la mejor experiencia para tus clientes sin esfuerzo



Avaya OneCloud, un centro de contacto con todo el poder de la IA

Ahora puedes ofrecer experiencias memorables en todos los puntos de contacto tanto para los clientes como para los agentes que los atienden. La nueva tecnología y las soluciones integradas lo hacen posible.

Con Avaya OneCloud CCaaS puedes:



Ofrecer formas de conectarte con los clientes en el momento y de la forma que ellos prefieran

Obtener visibilidad en tiempo real del panel de control sobre el rendimiento del agente y mejorar el cumplimiento con la grabación de llamadas y pantallas.



Ayudar a tus empleados a anticipar las necesidades de los clientes y a personalizar la experiencia.

Ofrecer la experiencia rápida y simple que los clientes esperan en todos los puntos de contacto: voz, correo electrónico, mensajería, chat y redes sociales.



Contáctanos

800 713 80 81 | hello@avaya.com

Solicita una demo

Síguenos



Talleres

**GLOBAL
CX
FORUM fest**
26º CONGRESO MÉXICO



Taller impartido por:

Francisco Magaña

Hi Performance
Business Strategy Coach



Administración Avanzada del Contact Center.



Taller impartido por:

Valeria Pérez

Grupo TKM
Directora de Transformación
y Relaciones Institucionales



El gran reset del Employee Experience.



Customer Experience & User Experience



Taller impartido por:

Víctor González

Sperientia
CEO & Fundador



El Modelo Global CIC se robustece

Estamos incorporando nuevos elementos relacionados con los esquemas de trabajo híbridos, el employee experience, gestión por competencias, digitalización de servicios y más, conoce los nuevos elementos que contiene el Modelo Global CIC en la versión 3.0 y certifica tu operación para garantizar mejores experiencias de todos tus clientes.



Certifícate en 4 pasos:



1. CAPACITACIÓN



2. VISITA
DIAGNÓSTICO



3. IMPLEMENTACIÓN



4. AUDITORÍA DE
CUMPLIMIENTO

Para más información:

www.imt.com.mx Tel: (55) 5340-2290 ext.5010/5020

Cel:5527270034 certificacion@imt.com.mx

Talleres



Taller impartido por:

Oscar Bueno

*Head of Customer
Experience*



Transformación Digital



Taller impartido por:

Ivette Flores

*IMT
Analista Senior*



Innovación Comercial Disruptiva 

VERINT®

Deliver Best-in-Class Digital-First Engagement



Engage & empower
with a thriving community.



Seamlessly blend
humans and bots.



Support every messaging
& social touchpoint.



Orchestrate seamless,
connected customer journeys.



Power natural interactions
with voice self-service.



Optimize experiences with
contextual knowledge.

[Verint.com](https://www.verint.com)



Desayunos Networking

Con el fin de presentar a un grupo selecto de participantes las soluciones y servicios más innovadores para la industria de *Customer Experience* y *Contact Centers*, el 2 y 3 de mayo se realizaron dos desayunos *networking* patrocinados por Connectivity Solutions y Alvaria.

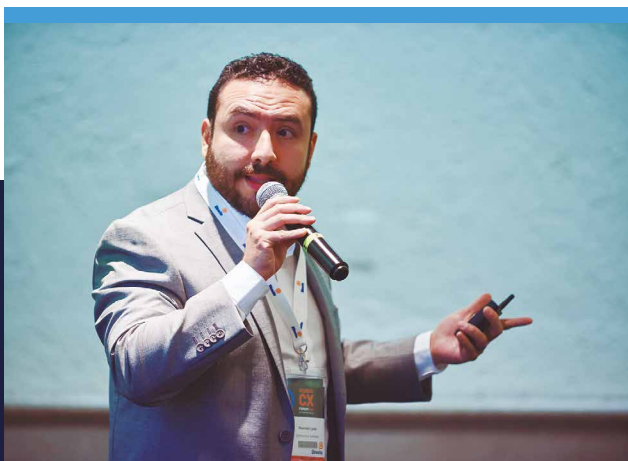


Connectivity Solutions

2 de mayo

Reynaldo Lucio, Director General de Connectivity Solutions, explicó las tendencias y mejores prácticas para la conectividad empresarial, además de la importancia que tiene para la industria de *Customer Experience* y *Contact Centers*.

Una conectividad fiable y de alta disponibilidad (Internet y telefonía) es el alma del mundo empresarial y, por ello, su enfoque está en proveer un servicio de calidad con atención efectiva y continua. Su objetivo es brindar estabilidad, seguridad y velocidad a la red de sus clientes, impulsando su crecimiento y mejorando su rendimiento.



Reynaldo Lucio, Director General de Connectivity Solutions.



Alvaria

3 de mayo

Jaime de la Peña, *Solution Consultant* Latam, de Alvaria, habló sobre la simbiosis del *Customer Experience* y la Automatización. En este sentido, los excelentes equipos de los Centros de Contacto hacen más que solo solucionar problemas: crean lealtad de por vida al brindar un servicio al cliente excepcional de manera constante.

Las capacidades y experiencias modernas de auto-servicio pueden generar ahorros sustanciales en costos, aumentar la satisfacción del cliente y proporcionar una ventaja competitiva diferenciada.



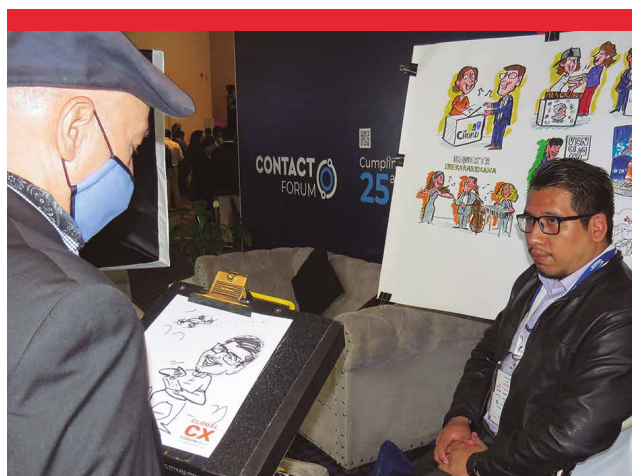
Jaime de la Peña, *Solution Consultant* Latam, Alvaria.



Reseña fotográfica



Roberto Holguín, Accenture.



Alfonso Orvañanos, Caricaturista.



Stand IMT.



Roxana Pérez, BBVA; Andrea Escobedo, CANIETI; Vivian Cheja, Binomia y Elia Santillán, Atento.



Samuel Domínguez, Verint.



Comida patrocinada por Vívaro.



Inmersys.



Registro patrocinado por Yellow.ai.



Lourdes Adame, Directora de Medios, IMT y Gustavo Rutgersen, Sales Manager en España, México y Centroamérica de Mitrol.



Fernanda Poblete, Luzco Verde.



Keith Fiveson, Fundador y Director, The Work Mindfulness Institute.



Jean Jack Simon, Fonolo.



Rogelio Rocha, Director Zoom México.



Lizzy Cenicerros, Orquesta Iberoamericana; Ma. Eugenia García, IMT y Marisol Rumayor, Disruptive Labs.



Raciel Sosa, Director General, Youleader.



Stand de inConcert.



Carlos Carsolio, Montañista Mexicano.



Salvador Alva, Ex-Presidente del TEC de Monterrey y PEPSICO Latinoamérica.



Grupo musical Throwback.

Emotivo festejo en la entrega del Premio Nacional *Customer y Employee Experience*



En un ambiente de gran emotividad por el reencuentro presencial de todos los finalistas del Premio Nacional 2022, se llevó a cabo la premiación el 3 de mayo en el marco del 26° Global CX Forum Fest.

Ma. Eugenia García, Directora General del IMT, en su discurso de bienvenida comentó que estamos experimentando una transición, no solo en la forma de atender, sino también dando paso a nuevas generaciones y cultura organizacional, por lo que en esta edición, por primera vez, se instauró la entrega del Premio *Employee Experience*.

“Quiero felicitar y agradecer a cada una de las empresas que participaron en esta edición del Premio Nacional, todo nuestro respeto y reconocimiento por su gran labor, su participación nos habla del gran esfuerzo y compromiso en el desarrollo de mejores prácticas para seguir impulsando nuestra industria,” comentó García.

En esta edición del premio participaron 46 empresas con 155 casos evaluados. Y contamos con la colaboración de 62 miembros del jurado, que tienen la experiencia y la especialización en las diferentes categorías que calificaron para el premio.

Como cada año, el IMT otorgó un reconocimiento especial a los mejores Centros de Contacto 2022, empresas que se destacaron por adoptar los más altos estándares de calidad de nuestra industria y lo demostraron mediante una rigurosa auditoría. Los ganadores fueron: Distribuidora Modelo, RCI y Coca Cola Femsa.

Posteriormente, Israel Mendoza, Presidente del Consejo del Premio Nacional de Calidad Total, mencionó



Israel Mendoza, Presidente del Consejo del Premio Nacional de Calidad Total.

que durante estos dos años de pandemia, hemos vivido una gran cantidad de retos como individuos, organizaciones y hemos roto paradigmas a nivel personal, en materia de innovación y de la forma de relacionarnos con los clientes además, tuvimos que cambiar a una velocidad que no estábamos acostumbrados. Por esta razón, en esta nueva edición se incluye el premio: *“Employee Experience”* que es la conclusión de estos dos años donde nos hemos sensibilizado respecto a la presencia del ser humano en todos estos procesos.

Al finalizar la premiación, Ma. Eugenia García agradeció a todas las organizaciones participantes por su gran labor, su esfuerzo y compromiso en el desarrollo de mejores prácticas que impulsan la industria mexicana de *Customer Experience*; así como a las empresas patrocinadoras de esta 17ª Edición: Atento, RT4, Verint y Yellow.ai.

ATENTO

RT4
CCaaS

VERINT

yellow.ai

Reconocimiento a la personalidad 2022

Cada año, el IMT otorga un reconocimiento a un colega de la industria que destaca por su trayectoria y gran aportación a nuestro sector. Este 2022, el reconocimiento fue para Manuel Laborde, CEO de Teleperformance México y Latam, quien tiene más de 30 años de experiencia en las áreas de Centros de Contacto y *Customer Experience*; ha impulsado fuertemente la adopción de nuevos canales y tecnologías, a través de la planificación, puesta en marcha y operación de varios Centros de Contacto en México; liderando de manera exitosa equipos multidisciplinarios tanto en México como América Latina.

Manuel cuenta con una gran visión de negocios y amplia experiencia en el desarrollo de áreas comerciales, mostrando siempre una gran habilidad para relacionarse, alto profesionalismo, ética y extraordinaria calidad humana, que le han dado la admiración y gran cariño de su equipo de trabajo.

Es una persona que se destaca por dar lo mejor de sí y se entrega totalmente a lo que se propone, fiel creyente de que “todo tiene solución”, creando nuevos caminos y pensando fuera de la caja para innovar, siempre anteponiendo los valores humanistas y empáticos que lo han acompañado toda su vida.

Es altruista y se mantiene cercano a las organizaciones sin fines de lucro, por el simple hecho de ayudar a los que más lo necesitan. Es una persona que ha contribuido al desarrollo y la competitividad de este gran sector.

¡Muchas Felicidades!



**PREMIO
NACIONAL CX**



Manuel Laborde, CEO de Teleperformance México y Latam, y Ma. Eugenia García, Directora General del IMT.



Joaquín Laborde, Verónica Maldonado, Manuel Laborde, Ximena Laborde, Carmina Laborde y José David Avilés.



PREMIO NACIONAL CX

Mejor estrategia CX		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Banorte	7 Pilares para una experiencia sorprendente	Oro
DHL Express	Nuestro equipo KAD... Entregando excelencia en un mundo digital	Plata
Estafeta Mexicana	Tienda Estafeta, venta <i>online</i> de servicios	Bronce
Mejor estrategia CX BPS		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Telvista	<i>Next Level Resolution</i>	Oro
Atento en colaboración con su cliente BBVA	<i>Behavioral Economics</i> en soluciones de pago BBVA como potencia en la recuperación y en la experiencia	Plata
Teleperformance	Innovación y adaptación al cambio, cómo reducir el impacto ante la variabilidad operacional	Bronce
Mejor estrategia de Customer Service		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Grupo Bimbo	Bimbo Contigo: Reacción ágil de un <i>Connection Center</i> ante una pandemia	Oro
Banorte	La voz del cliente transforma procesos	Plata
American Express	Respaldamos a nuestros establecimientos en todo momento	Bronce
Mejor estrategia de Customer Service BPS		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Comdata	Desarrollando un servicio con cercanía	Oro
Eficasia	MPEC - Salud y Control al alcance de todos	Plata
Comdata	Un reto de servicio multicultural	Bronce
Mejor iniciativa de Data Analytics		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
American Express	Proyecto de automatización de disputas de fraude	Oro
Marsh	Paquete de herramientas para mejoras operativas MIS	Plata
Flex México	Tablero electrónico de Recursos Humanos	Bronce



PREMIO NACIONAL CX

Mejor estrategia de Ventas BPS		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Teleperformance	Venta de Garantía Extendida	Oro
Telvista	Consultores virtuales de tecnología avanzada	Plata
Konexo	El valor de tu marca	Bronce
Mejor estrategia de Ventas		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Grupo Bimbo	Grupo Bimbo <i>Connection Center</i> : ¿Los primeros en <i>WhatsApp</i> antes de la pandemia?	Oro
BanBajío	Atiende, desarrollando el talento que impulsa las ventas	Plata
Premium Restaurant Brands	Incremento de la rentabilidad en el <i>Food Delivery</i> , basado en una mejor experiencia de nuestros clientes	Bronce
Mejor estrategia de Operación BPS		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Comdata	Bela: Una interacción humanizada y bella	Oro
Konexo	<i>E-customer centricity</i> , un legado a la excelencia	Plata
Corporativo Muñoz	Eficiencias Operativas - Asesor Universal	Bronce
Mejor estrategia de Operación		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Premium Restaurant Brands	Maximizando el <i>Food Delivery</i> a través de un <i>Profit Center</i> de Experiencias Memorables	Oro
Salud Digna	<i>Call Center</i> Digital	Plata
DHL Express	La mejor experiencia digital con un modelo estacional para la región Bajío del país	Bronce
Mejor estrategia de Operación Sector Financiero		
Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Payclip	Estrategia de Operaciones <i>Clip</i>	Oro
BanBajío	Atiende: impulsando el cambio incrementando el negocio	Plata
American Express	<i>Relationship360</i> con respecto a los clientes	Bronce



PREMIO NACIONAL CX

Mejor uso de la Tecnología CX BPS

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Atento México	Ari, Virtual Human Expert	Oro
Pentafon	Transformación tecnológica aplicada al modelo de ventas	Plata
Konecta	Recolección ahora más cerca de ti	Bronce

Mejor uso de la Tecnología CX

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Payclip	Omnicanalidad y ClipBot	Oro
Estafeta Mexicana	RPA indenmizaciones	Plata
Grupo OMNILIFE	Transformando CX a través de la tecnología	Bronce

Mejor estrategia CX Omnicanal/Multicanal

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Coca Cola FEMSA	Transformación Digital Coca Cola FEMSA	Oro
DHL Express	Hub Digital... Nuestra Huella Digital DHL	Plata
Estafeta Mexicana	¡CX basado en la Omnicanalidad! 2.0	Bronce

Mejor Contribución en Responsabilidad Social

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
BanBajío	Un espacio que te transporta al crecimiento	Oro
Samsung Electronics México	Señas que nos unen	Plata
Telefónica Movistar México	Proyecto un celular, un árbol	Bronce

Premio Modelo Global CIC

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Coca Cola Femsa	Organización con el más alto puntaje de todas las organizaciones certificadas	Oro
Distribuidora Modelo	Organización con el más alto puntaje en su primera evaluación	Oro
RCI	Organización con mayor crecimiento vs el año anterior	Oro



Make Contact. Do Business.

Contacta a tus clientes a través de todos los canales
y convierte cada interacción en una oportunidad de negocio



20

20 años desarrollando software para experiencia del cliente

27

Tecnología usada en **27 países** del mundo

+8

+ de 8 billones de interacciones anuales son gestionadas con inConcert



Descubre más en www.inConcertCC.com

Mejor estrategia CX

ORO

Empresa
Banorte

Nombre del caso
7 Pilares para
una experiencia
sorprendente



Rosa María Arrambide, Mirthala López, Janeth González, Karina González, Yanett Martínez, Cristina Martínez y Gerardo Navarro.

PLATA



Elihut Alejandro Acosta, Karina Santiago, Beatriz Ibarra, Diego Pérez y Lizet Manzano.

Empresa
DHL Express

Nombre del caso
Nuestro equipo
KAD... Entregando
excelencia en un
mundo digital

Empresa

Estafeta Mexicana

Nombre del caso
Tienda Estafeta,
venta *online* de
servicios



Ingo Babrikowski, Gizeth Torres, Ángel Abel García, Gissel Espinoza, Genoveva Roa, y Kenya Gabriela García.

BRONCE



**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor estrategia CX BPS

ORO



Empresa
Telvista

Nombre del caso
*Next Level
Resolution*

Edgar Celaya, Zoila Pineda, Rebeca Romero, Verónica Santana, Laura Olivas, Jessica Rodríguez e Isaac Rocho.

PLATA



Empresa

Atento en
colaboración con su
cliente BBVA

Nombre del caso

*Behavioral Economics
en soluciones de pago
BBVA como potencia
en la recuperación y
en la experiencia*

Atento y su cliente BBVA.

BRONCE



Empresa

Teleperformance

Nombre del caso

*Innovación y
adaptación al
cambio, cómo
reducir el impacto
ante la variabilidad
operacional*

José Valdivieso, Jivin Jiajianwen, Alexander Heqi, José López, Juan Ignacio Sada, Manuel Laborde Aguirre, Luis Fernando Juárez y Eduardo Llano.

Mejor estrategia de *Customer Service*

ORO

Empresa
Grupo Bimbo

Nombre del caso
Bimbo Contigo:
Reacción ágil de un
Connection Center
ante una pandemia



Carlos Valero, Andreina Palacio, Facundo Castro, Giustina Trevisi y Juan Nosti.

PLATA



Mirthala López, Rosa María Arrambide, Gerardo Navarro y Karina González.

Empresa
Banorte

Nombre del caso
La voz del cliente
transforma procesos

Empresa
American Express

Nombre del caso
Respaldamos
a nuestros
establecimientos
en todo momento



Erika Cortina y Cinthya Barraza.

BRONCE



**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor estrategia de *Customer Service* BPS

ORO



Empresa
Comdata

Nombre del caso
Desarrollando
un servicio con
cercanía ante una
pandemia

Sergio Sánchez, Carlos Arvizu, Luis Juárez, Juan Manuel Franco, Katia Sesin, Reynaldo Arauz, Renata Nava, Anahel Figueroa, Jorge Villalobos y Melissa Martínez.

PLATA



Empresa
Eficasia

Nombre del caso
MPEC - Salud y
Control al alcance
de todos

Elizabeth Castellanos, Jorge Herrera, Ricardo Fonseca, Adrián Frías, Eduardo Oropeza, Magdalena Arias y Amaury Sánchez.

BRONCE



Empresa
Comdata

Nombre del caso
Un reto de servicio
multicultural

Katia Sesin, Renata Nava, Carlos Arvizu, Joel de Jesús García, Jorge Villalobos y Melissa Martínez.

Mejor iniciativa de *Data Analytics*

ORO

Empresa

American Express

Nombre del casoProyecto de
Automatización de
Disputas de Fraude

Ricardo Herrejón y Thania Cruz.

PLATA



Rafael Barajas, Jessica García y Carlos Oliva.

Empresa

Marsh

Nombre del casoPaquete de
herramientas para
mejoras operativas
MIS**Empresa**

Flex México

Nombre del casoTablero Electrónico
de Recursos
Humanos

Paola Díaz, Marcelo Rodríguez y Salvador Sánchez.

BRONCE



**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor estrategia de Ventas BPS



ORO

Empresa

Teleperformance

Nombre del caso

Venta de Garantía
Extendida

Juan Ignacio Sada, Eduardo Llano, Alejandro Carmona, Vanessa Romero, Humberto Delfín, Manuel Laborde y Luis Fernando Juárez.



PLATA

Empresa

Telvista

Nombre del caso

Consultores virtuales
de tecnología
avanzada

Laura Olivas, Lizbeth Ramírez, Ángela Coyote y Jessica Rodríguez.

BRONCE



Empresa

Konexo

Nombre del caso

El valor de tu marka

Román Tena, Cristina Ornelas y Elizabeth Galicia.

Mejor estrategia de Ventas

ORO

Empresa

Grupo Bimbo

Nombre del caso

Grupo Bimbo
Connection Center:
¿Los primeros en
WhatsApp antes de la
pandemia?



Carlos Valero, Giustina Trevisi, Facundo Castro, Andreina Palacio y Juan Nosti.

PLATA



José de Jesús Gallo, Edgar Daniel Salazar, Aurora Torres, Natalia Isabel Hernández, Cecilia Berenice Negrete, Karla Paola Hernández y Leonardo Aranda.

Empresa

BanBajío

Nombre del caso

Atiende, desarrollando
el talento que impulsa
las ventas

BRONCE

Empresa

Premium Restaurant Brands

Nombre del caso

Incremento de la
rentabilidad en el
Food Delivery, basado
en una
mejor experiencia de
nuestros clientes



Leonardo Sanabria, Gerardo Mora, Rodrigo Rueda, Mauricio Alegría, Diana González y Eduardo Ortiz.



**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor estrategia de Operación BPS

ORO



Octavio Méndez, Miguel Becerril, Helmi García y Alejandra Piñón.

Empresa
Comdata

Nombre del caso
Bela: Una
interacción
humanizada y
bella

PLATA

Empresa
Konexo

Nombre del caso
*E-customer centricity,
un legado a la
excelencia*



José Antonio Valencia, Cristina Ornelas y Víctor Jiménez.

BRONCE



Héctor Luis Álvarez, Carlos Alberto Hernández, Edgar Adrián Ángeles, César Osvaldo Muñoz y Oscar Hernández.

Empresa
Corporativo Muñoz

Nombre del caso
Eficiencias
Operativas - Asesor
Universal

Mejor estrategia de Operación

ORO

Empresa

Premium Restaurant
Brands

Nombre del caso

Maximizando el Food
Delivery a través
de un Profit Center
de Experiencias
Memorables



Argenis García, Miguel Sánchez, Mauricio Alegría, Rodrigo Rueda, Edgar Zukerman y Diana González.

PLATA



Rodolfo Sandoval, Mireya Reyes, Cindy Tostado, Azalia Nuñez y Jesús Alejandro Urias.

Empresa

Salud Digna

Nombre del caso

Call Center Digital

Empresa

DHL Express

Nombre del caso

La mejor experiencia
digital con un modelo
estacional para la
región Bajío del país



Luis Saturno Chiu, Cindy Navarro, Angélica Flores y Elihut Alejandro Acosta.

BRONCE

Mejor estrategia de Operación Sector Financiero



ORO

Empresa
Payclip

Nombre del caso
Estrategia de
Operaciones Clip

Carlos Rodríguez, Alejandro Gómez, Marissa Martínez, Viviana González y José Antonio Sánchez.



PLATA

Empresa
BanBajío

Nombre del caso
Atiende: impulsando
el cambio
incrementando el
negocio

Carlos Álvarez de la Cadena Togno, Cecilia Berenice Negrete, José de Jesús Gallo, Karla Paola Hernández, Edgar Daniel Salazar, Aurora Torres Zamora, Natalia Isabel Hernández y Leonardo Aranda.

BRONCE



Empresa

American Express

Nombre del caso
Relationship 360 con
respecto a los clientes

Luis Martínez y Erika Flores.

Mejor uso de la tecnología CX BPS

ORO

Empresa

Atento México

Nombre del caso

Ari, Virtual Human Expert



Julio Zaragoza, Roberto Zúñiga, Enrique González, Ernesto Medina, Adriana Romero y Elia Santillán.

PLATA



Antonio Fajer, Paola Ferrer, Filiberto Mondragón y Juan Carlos Morales.

Empresa

PentaFon

Nombre del caso

Transformación tecnológica aplicada al modelo de ventas

Empresa

Konecta

Nombre del caso

Recolección ahora más cerca de ti



BRONCE

Mariano Castaños, Enrique Burbano, Adriana Citlali Ramírez, Erika Ugarte, Juan Carlos Martínez, Rosa Elena Sánchez, Leidy Yohana Muñoz y Luis Francisco Alcántara.



**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor uso de la Tecnología CX

ORO



Empresa
Payclip

Nombre del caso
Omnicanalidad y
ClipBot

Carlos Rodríguez, Viviana González, José Antonio Sánchez, Marissa Martínez y Alejandro Gómez.

PLATA

Empresa
Estafeta Mexicana
Nombre del caso
RPA
INDEMNIZACIONES



Ingo Babrikowski, Ángel Abel García, Gizeth Torres, Kenya Gabriela García, Genoveva Roa y Brenda Gualito.

BRONCE



Luis Sandoval, Fernando Rocha, Rafael Ávila, Guadalupe Alcántara, Shira León y Sergio Sánchez.

Empresa
Grupo OMNILIFE
Nombre del caso
"Transformando CX a
través de la tecnología"

Mejor estrategia CX Omnicanal/Multicanal

ORO

Empresa

Coca Cola FEMSA

Nombre del casoTransformación Digital
Coca Cola FEMSA

Equipo Coca Cola FEMSA.

PLATA



Arturo Fonseca, Luis Saturno, Cecilia Ortega, Jessica Márquez y Sonia Hernández.

Empresa

DHL Express

Nombre del casoHub Digital... Nuestra
Huella Digital DHL**Empresa**

Estafeta Mexicana

Nombre del caso¡CX basado en la
Omnicanalidad! 2.0

Ingo Babrikowski, Genoveva Roa, Gizeth Torres, Ángel Abel García, Gissel Espinoza y Kenya Gabriela García.

BRONCE



**PREMIO
NACIONAL CX**

Mejor Contribución en Responsabilidad Social

ORO



Ramón Velarde y Carlos Álvarez de la Cadena.

Empresa
BanBajío

Nombre del caso
Un espacio que
te transporta al
crecimiento

PLATA



Arturo Rivera, David Viguera, KL Rho y Shawn Park.

Empresa

Samsung Electronics
México

Nombre del caso
Señas que nos unen

BRONCE



Samantha Álvarez Del Carmen y Ana de Saracho O'Brien.

Empresa

Telefónica Movistar
México

Nombre del caso
Proyecto un celular,
un árbol

Premio Modelo Global CIC

ORO

Empresa

Coca Cola FEMSA

Organización con el
más alto puntaje de
todas las organizaciones
certificadas



Equipo Coca Cola FEMSA.

ORO



Equipo Distribuidora Modelo.

Empresa

Distribuidora Modelo

Organización con el
más alto puntaje en
su primera evaluación

Empresa

RCI

Organización con
mayor crecimiento vs
el año anterior



Equipo RCI.

ORO





**PREMIO
NACIONAL CX**

MEJORES TALENTOS

Mejor Ejecutivo Sector Financiero

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	American Express	Silvana Hernández Ocaña
Plata	American Express	José Antonio Torre López
Bronce	American Express	Marcela Martínez Mata

Mejor Ejecutivo

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	Atento México	Ernestina Carlos Bustos
Plata	Farmacías Especializadas	Norma Araceli Rangel Rodríguez
Bronce	Centro de Atención Telefónica del Gobierno del Estado de México	Eduardo Medina Hinojosa

Mejor Coordinador - Supervisor

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	DHL Express	Pamela Deciga Rivera
Plata	Teleperformance	José Solano Moreno
Bronce	IKE	Víctor Manuel Santiago Hernández

Mejor Coordinador - Supervisor Sector Financiero

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	American Express	Rodolfo Gutiérrez Sánchez
Plata	American Express	Francisco Javier De la Torre Cano
Bronce	BanBajío	Beatriz Alejandra Mireles Ramírez

Mejor Gerente

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	DHL Express	Jorge Arriaga Domínguez
Plata	Eficasia	Diego Iván Ayala Benítez
Bronce	ADT	Erick Castañeda Muñiz

Mejor Director

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	Premium Restaurant Brands	Rodrigo Rueda Raigosa
Plata	Estafeta Mexicana	Genoveva Roa Pimentel

Mejor Director Sector Financiero

Lugar	Empresa	Nombre
Oro	BanBajío	Carlos Álvarez de la Cadena Togno



Mejor Ejecutivo Sector Financiero

ORO



Empresa:
American Express

Silvana Hernández Ocaña

PLATA



Empresa:
American Express

José Antonio Torre López

BRONCE



Empresa:
American Express

Marcela Martínez Mata

Mejor Ejecutivo

ORO



Empresa:
Atento México

Ernestina Carlos Bustos

PLATA



Empresa:
Farmacías Especializadas

Norma Araceli Rangel Rodríguez

BRONCE



Empresa:
**Centro de Atención Telefónica del
Gobierno del Estado de México**

Eduardo Medina Hinojosa



Mejor Coordinador - Supervisor



Empresa:
DHL Express

Pamela Deciga Rivera



Empresa:
Teleperformance

José Solano Moreno



Empresa:
IKE

Víctor Manuel Santiago Hernández

Mejor Coordinador - Supervisor Sector Financiero



Empresa:
American Express

Rodolfo Gutiérrez Sánchez



Empresa:
American Express

Francisco Javier De la Torre Cano



Empresa:
BanBajío

Juan Carlos Rivera Gutiérrez en
representación de
Beatriz Alejandra Mireles Ramírez



Mejor Gerente

ORO



Empresa:
DHL Express

Jorge Arriaga Domínguez

PLATA



Empresa:
Eficasia

Diego Iván Ayala Benítez

BRONCE



Empresa:
ADT

Erick Castañeda Muñiz

Mejor Director

ORO



Empresa:
Premium Restaurant Brands

Rodrigo Rueda Raigosa

PLATA



Empresa:
Estafeta Mexicana

Genoveva Roa Pimentel

ORO



Empresa:
BanBajío

Carlos Álvarez de la Cadena Togno





EMPLOYEE EXPERIENCE

Mejor iniciativa - Marca Empleadora

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Atento México	Firma Digital, un paso a la sostenibilidad	Oro

Mejor iniciativa - Atracción de Talento

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
American Express	Nueva normalidad: ¿Cómo atraer, seleccionar y dar la bienvenida al mejor talento?	Oro

Mejor iniciativa / Potencial Humano

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Telvista	Fast Track Training	Oro
American Express	Develop the Best Talent	Plata
DHL Express	Mi ruta de carrera "Explota tu potencial"	Bronce

Mejor estrategia de Engagement

Empresa	Nombre del Caso	Lugar
Flex México	Centro de Atención de Recursos Humanos	Oro
American Express	Todos Somos AMEX	Plata
Salud Interactiva	Salud Interactiva con sus colaboradores, creando una nueva cultura hacia el autocuidado	Bronce

Mejor iniciativa - Marca Empleadora

ORO

Empresa

Atento México

Nombre del caso

Firma Digital,
un paso a la
sostenibilidad



Usiel Viurquis, Lezlie García, Alejandro Fuentes, David Nuñez, Erick Díaz, Dalía Santiago y Elía Santillán.

Mejor iniciativa - Atracción de Talento

ORO

Empresa

American Express

Nombre del caso

Nueva normalidad:
¿Cómo atraer,
seleccionar y dar la
bienvenida al mejor
talento?



Mario Sandoval, Mayra López, Priscilla Bautista y Lucero Luna.

Mejor iniciativa / Potencial Humano

ORO

Empresa
Telvista

Nombre del caso
Fast Track Training



Laura Olivas, Agustín Rodríguez, Carlos Álvarez, Jessica Rodríguez y César Romo.

PLATA



Francisco De la Torre, Roberto Neri, Lorena Ureña, Ninfa Martínez, Andrés González, Diana Ascencio y Héctor Santiago.

Empresa
American Express

Nombre del caso
Develop the Best Talent

Empresa
DHL Express

Nombre del caso
*Mi ruta de carrera
"Explota tu potencial"*



Luis Saturno Chiu, Melina González y Saira Correa.

BRONCE

Mejor estrategia de *Engagement*

ORO



Marcelo Rodríguez, Paola Díaz y Salvador Sánchez.

Empresa
Flex México

Nombre del caso

Centro de
Atención de
Recursos
Humanos

PLATA

Empresa
American Express

Nombre del caso
Todos Somos AMEX



Jeanette Pérez, Berenice Guerrero, Diana Mejía, Nayely Sánchez, Mariana Cerón, Myriam Peña, Javier Cortina y Hugo Cruz.

BRONCE



Eduardo Cárdenas, Fernando Salvatti, Jorge Woolf y Estefani Ruiz.

Empresa
Salud Interactiva

Nombre del caso

Salud Interactiva con
sus colaboradores,
creando una nueva
cultura hacia el
autocuidado

Reconoce el IMT a las empresas Certificadas en el **MODELO GLOBAL CIC**

El pasado 03 de mayo, en el marco de la ceremonia de entrega del Premio Nacional de CX & EX 2022, el IMT distinguió a las empresas certificadas en el Modelo Global de Calidad para la interacción con Clientes V2.0. En esta entrega, fueron reconocidas las organizaciones que concluyeron el proceso de evaluación y auditoría del Modelo Global CIC 2021-2022.

Desde el 2011, a través de este esquema de certificación, el IMT ha impulsado las mejores prácticas de la industria fomentando la competitividad, sustentabilidad y un enfoque de resultados en las organizaciones BPS e *Inhouse*. La implementación del MGCICV2.0, contribuye a profesionalizar la industria de los Centros de Contacto bajo un modelo propio que garantice la excelencia operativa y la competitividad.

Las organizaciones reconocidas este año fueron:



Certificación de clase Mundial: ADT.



Certificación de su operación por primera vez: Distribuidora Modelo.



Certificación de clase mundial: Grupo G&T de Guatemala.



Certificación de clase mundial: Grupo Nacional Provincial.



Certificación de Clase Mundial: Grupo Sicrea.



Grupo Konecta por ampliar su alcance incluyendo el SITE Puebla.



Certificación de Clase Mundial: RCI.



Izzi, por ampliar su alcance al SITE Monterrey y obtener Clase Mundial.



Uno Contact Center al certificar su operación por primera vez.



Certificación de Clase Mundial: Pentafon.



VACÚNATE VIAJES

#QueLaVacunaNosUna



Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas



Descubre la evolución del trabajo en casa

Con el modelo Work-at-Home de Teleperformance, Cloud Campus, contratar, capacitar y administrar equipos remotos es más simple, rápido y seguro.

Beneficios:

- Flexibilidad y continuidad del negocio.
- Más amigable con el planeta y con la gente.
- Seguridad mejorada.



¡Ver video ahora!

Descubre Teleperformance

 teleperformance.com/en-us/contact-us

 [/teleperformance](https://www.linkedin.com/company/teleperformance)

